

2005 年中国汽车行业投资与发展分析报告

纸介版价格 (¥)	6500
电子版价格 (¥)	6800
两种版本价格 (¥)	6800
出版日期	2005 年 05 月
报告页数 (页)	359
报告图表数 (个)	160

简介

2004 年中国汽车生产量和销售量都突破 500 万辆。其中轿车产销量 220-230 万辆；摩托车产销量将突破 1600 万辆；全行业销售收入将突破 1 万亿元。据海关统计，2004 年我国累计进口汽车整车（含成套散件）17.71 万辆，增长 2.6%。进口汽车占国内汽车市场份额为 3.37%，比 2003 年降低了 0.42 个百分点。在所有进口车型中，除轿车进口保持一定的增幅外，其他车型进口均出现不同程度的下降。2004 年轿车进口 11.61 万辆，增长 12.7%；越野车进口 3.53 万辆，下降 11%；9 座以下小客车进口 1.07 万辆，下降 2%；大、中型客车进口 2489 辆，下降 45.8%；载货汽车进口 7989 辆，下降 12.8%。2004 年以来，在中央宏观调控政策的积极作用下，汽车工业经济运行保持平稳较快发展，虽然增幅较 2003 年同期有所回落，但经济运行的质量和效益继续提高。

中国的人均汽车拥有量还远远落后于世界平均水平，市场空间依然很大；中国汽车市场目前 400 多万的销量仅仅相当于上世纪美国六七十年代的水平，而中国的人口基数要比美国大得多，从收入最高的 20% 人口的收入水平来看，中国的汽车消费还远远未达到应有的水平，市场潜力依然存在；在经历了高速增长、价格大战等跌宕起伏的几年以后，中国汽车市场无论是厂商还是消费者都逐渐成熟，这种成熟会推动市场的稳定和平衡发展。综合考虑这些因素，中国汽车市场前几年汽车行业的高速发展在经历了 2004 年的降温以后，在短期内不再会给人们带来新的“兴奋点”，而是会保持一个较大的增长势头稳步上升，在 2005 年的增长率会是 13%~17%。

2005 年中国汽车行业运行的主要特点是：产销量保持增长，增长率回落；轿车是增长主体；重型载货车带动载货车增长；汽车零部件出口增量显著；摩托车出口保持增势；成本增速高于销售收入增速；价格竞争进一步加剧，几乎所有的国产轿车都降低了售价。

第一章 行业概况

第一节 行业定义和汽车的基本分类

- 一、基本定义
- 二、汽车的分类

第二节 汽车产业的特性

- 一、汽车工业战略地位的确定
- 二、汽车行业的经济特性
- 三、汽车行业的投资特性分析

第三节 世界汽车产业发展现状

- 一、世界汽车产销概述
- 二、世界汽车产业集中化趋势
- 三、世界汽车零部件产业发展现状

第四节 我国汽车产业发展现状

- 一、总量增长迅速，产业规模明显扩大
- 二、生产集中度明显提高
- 三、产品结构开始趋向合理，技术水平得到提高
- 四、汽车市场消费结构从公款购车为主向个人购车为主转变
- 五、汽车零部件工业有了较大的发展

第二章 中国汽车行业运行分析

第一节 2004 我国汽车行业经济指标分析

- 一、国外汽车成本分析
- 二、汽车行业经营绩效分析
- 三、中国汽车产业经济运行中仍存在的问题

第二节 近年来我国汽车产销情况

- 一、生产格局和产业分布
- 二、汽车的产品结构及分类产量分析
- 三、2004 年汽车行业产销形势

四、2004 年汽车制造业分类产品产销情况

五、2004 年我国汽车产销情况

第三节 车市场进出口分析

一、近年的汽车产品进出口情况

(一) 汽车产品进口

(二) 汽车产品出口

二、进口与国产产品的比较分析

(一) 尚有的优势

(二) 五大劣势

(三) 国产轿车价格过高的原因

三、我国进出口发展趋势

(一) 汽车整车进出口形势

(二) 汽车产品进出口形势

第四节 我国汽车行业存在问题分析

一、产品水平低，产品开发能力不足

二、产业结构和组织结构不合理，“散、乱”情况依然很严重

三、零部件工业落后于整车的发展

四、不合理的市场政策环境的制约

五、汽车服务贸易水平更为落后

六、汽车工业管理水平落后

第三章 2004 年汽车细分市场分析

第一节 2004 年轿车市场分析

一、2004 年轿车产销情况

(一) 近年来轿车产销增长迅猛

(二) 2004 年基本销售情况

(三) 2004 年轿车产量分地区分布情况

二、2004 年轿车分车型产销情况

(一) 中高级轿车

(二) 中级轿车

(三) 经济型轿车

三、2004 年轿车进出口情况

(一) 2004 年轿车进口情况

(二) 2004 年轿车出口情况

第二节 2004 客车市场分析

一、2004 年客车市场分析

(一) 近年客车产量及结构走势

(二) 2004 年客车市场分析

(三) 客车主要生产企业生产集中度及市场占有率有明显提高

(四) 2004 年客车产销区域格局分析

二、2004 年客车分车型产销情况

(一) 大型客车

(二) 中型客车

(三) 轻型客车

(四) 微型客车

三、2004 年客车进出口情况

(一) 2004 年客车进口情况

(二) 2004 年客车出口情况

第三节 2004 载货车市场分析

一、2004 年载货车产销情况

(一) 近年我国载货车生产增长情况

(二) 2004 年载货车产销整体发展情况

(三) 产品结构

(四) 2004 年载货车产量分地区分布情况

(五) 载货车行业发展的投资特性分析

二、2004 年载货车分车型产销情况

- (一) 重型载货车
 - (二) 中型载货车行业
 - (三) 轻型载货车行业
 - (四) 微型载货车行业
- 三、2004 年载货车进出口情况
- (一) 载货车进口
 - (二) 载货车出口
 - (三) 入世对我国载货车行业的影响

第四章 汽车市场需求分析

第一节 汽车消费环境分析

- 一、完善消费信贷
- 二、新车险政策的实施
- 三、汽车税费政策
- 四、城乡建设制约汽车消费增长

第二节 家庭购车消费调查情况

- 一、五城市购车消费调查
- 二、居民汽车消费调查
- 三、汽车消费影响因素调查

第三节 影响需求的因素分析

- 一、结构性变动
- 二、周期性波动
- 三、阶梯型增长

第四节 市场需求预测

- 一、需求总量分析
- 二、经济发展将带动汽车需求增长
- 三、2004 年汽车工业将面临的压力
- 四、2004 乘用车市场分析

- 五、轿车市场需求分析
- 六、载货车市场需求分析
- 七、客车市场需求分析

第五章 我国汽车区域市场分析

第一节 北京地区

- 一、2004年北京汽车销售情况
- 二、北京市居民消费状况分析
- 三、2004年北京市汽车制造业主要经济指标

第二节 上海市

- 一、上海2004汽车交易情况
- 二、上海VS北京购车费用比较
- 三、2004年上海市汽车制造业主要经济指标

第三节 广东省

- 一、2004广东汽车工业发展情况
- 二、2004广东省汽车制造业主要经济指标
- 三、中低收入居民将买车

第四节 四川省

- 一、2004年四川省汽车保有量增长情况
- 二、2004年四川省汽车制造业主要经济指标
- 三、2004年四川省载货车市场

第六章 汽车流通系统

第一节 流通系统分析

- 一、我国的汽车流通渠道
- 二、西方国家汽车工业流通渠道体系及启迪
- 三、利用网络技术，促进汽车产品流通

第二节 主要销售系统

一、一汽贸易总公司

(一) 销售概况

(二) 营销管理

二、一汽——大众汽车

(一) 市场与营销

(二) 售后服务系统

三、一汽轿车销售有限公司

(一) 销售概况

(二) 营销管理

四、东风汽车贸易有限公司

(一) 东风汽车贸易公司

(二) 销售体系建设

(三) 销售网络和销售形式

(四) 促销举措

(五) 销售数量和销售收入

(六) 售后服务

五、上海上汽大众汽车销售有限公司

(一) 销售数量和销售收入

(二) 业务建设新进展

六、天津汽车工业销售有限公司概况

(一) 加强营销网络建设提升销售水平

(二) 推行金牌服务

(三) 改变营销手段开拓家轿市场

(四) 努力打造一支精干高效的营销队伍

七、跃进汽车集团贸易公司

(一) 销售概况

(二) 营销管理

八、跃进轻型汽车股份有限公司销售分公司

(一) 营销计划管理

(二) 营销网络建设

(三) 市场计划工作

(四) 产品技术服务

九、南京依维柯汽车有限公司销售公司

(一) 销售概况

(二) 营销管理

十、南京菲亚特合资公司

(一) 销售概况

(二) 营销管理

十一、哈飞汽车股份有限公司汽车营销

(一) 营销概况

(二) 销售网络

(三) 提升服务水平

第三节 各省汽车流通

一、北京市汽车流通概况

(一) 北京汽车市场基本情况

(二) 北京市旧车市场基本情况

(三) 北京市进口汽车的基本情况

(四) 北京市场汽车消费的基本特点

二、上海市汽车流通概况

(一) 上海汽车市场基本情况

(二) 上海物资集团汽车贸易有限公司

(三) 公司在上海市场的位置

(四) 经营管理

三、山东省汽车流通概况

(一) 山东汽车市场基本情况

(二) 汽车市场运行特点

(三) 润华集团股份有限公司

四、浙江省汽车流通概况

(一) 综述

(二) 浙江物产元通机电(集团)有限公司

(三) 树立元通品牌,办好车展活动

五、福建省汽车流通概况

(一) 综述

(二) 福建省汽车销售公司

七、河南省裕华汽车贸易有限公司

(一) 公司概况

(二) 主要经营品牌分工

(三) 经营情况

(四) 企业发展状况

八、广东省汽车流通概况

(一) 综述

(二) 广东物资集团公司

(三) 广东物资集团汽车贸易公司

九、哈尔滨市汽车流通概况

(一) 哈尔滨汽车销售有限责任公司

(二) 营销新举措

第四节 汽车交易市场

一、北京亚运村汽车交易市

二、北京中联汽车交易市场

三、北京经开国际汽车汇展中心

四、石家庄时代汽车广场

五、湖南汽车城有限公司

六、天津保税区国际汽车城

七、北京新华夏汽车连锁有限公司

第七章 营销策略

第一节 汽车营销分析

- 一、我国汽车营销现状
- 二、影响汽车营销的主要因素
- 三、我国汽车营销的展望

第一节 汽车厂商的销售策略分析

- 一、汽车厂商的广告策略分析
- 二、2004 年汽车厂商的价格策略分析
- 三、汽车厂商的促销策略分析
- 四、渠道设计分析
- 五、汽车销售中的 FBI 原则

第三节 国外销售方式简介

- 一、欧美国家汽车流通销售体制基本特点
- 二、德、法、意三国销售市场特点
- 三、美、日、韩三国汽车主要销售模式参考

第八章 汽车产业投资现状分析

第一节 汽车行业资本重组步伐加快

- 一、世界汽车巨头加快投资中国市场
- 二、三大集团确立优势

第二节 民营资本投入汽车业

- 一、整车制造业
- 二、轿车销售，民企打造销售巨舰
- 三、新一轮的民营资本涌入汽车业
- 四、汽车金融业务，崭露头角

第三节 当前汽车市场投资中存在的问题

- 一、行业重组方面

二、发展汽车产业“KD”模式不可取

三、汽车产业投资应理性对待

第四节 汽车产业投资风险分析

一、经济周期的风险

二、政策风险

三、产品价格风险

四、技术风险

第九章 竞争格局分析

第一节 我国汽车制造业发展的新格局及其特点

一、世界汽车制造业的发展格局呈现 3 种倾向

二、我国目前的汽车制造业格局

三、2004 年中国六大汽车城竞争将趋于白热化

第二节 2004 年汽车市场竞争情况

一、竞争加剧，价格战此起彼伏

二、2004 年汽车厂商加大广告投放力度

三、三大集团——龙头地位

四、第二梯队逐鹿“四汽”

第三节 分车型竞争格局分析

一、轿车市场

二、载货车

三、客车

第四节 中外合资合作情况

一、世界汽车巨头中国汽车整车项目

二、国内整车生产企业外资背景

三、外商投资概况

四、主要合资企业

第十章 我国汽车关联行业发展情况

第一节 中国汽车用钢市场分析

一、汽车用钢的产品特征—高附加值

二、汽车用钢市场潜力巨大

(一) 汽车用钢占钢材总需求量比重偏低, 存在较大增长空间

(二) 需求拉动效应显著

三、我国汽车用钢的供给现状

(一) 进口依存度较大

(二) 我国汽车用钢的国产化率正在不断提高

四、重点生产企业分析

(一) 宝钢股份

(二) 鞍钢新轧

(三) 武钢股份

第二节 我国汽车零部件产业发展情况

一、世界零部件产业发展现状

二、中国零部件产业发展现状

第三节 汽车发动机制造业发展情况

一、2005 发动机产销情况

二、我国重卡用柴油机发展趋势

第四节 2005 轮胎行业发展情况

一、2005 形势分析

二、市场前景

第十一章 行内领先企业分析

第一节 中国第一汽车集团

一、概况介绍

二、经营状况

三、销售服务

四、天一合并

第二节 东风汽车集团公司

一、集团概况

二、东风汽车有限公司（新东风）成立

三、产销状况

四、销售服务

第三节 上海汽车集团

一、集团概况

二、“九五”上汽取得成绩

三、产销近况

四、主要营销渠道

第四节 长安汽车集团公司

一、集团概况

二、产销状况

第五节 哈尔滨哈飞汽车有限公司

一、公司概况

二、产销状况

第六节 北京汽车工业集团公司

一、集团概况

二、产销状况

第七节 昌河飞机工业公司

一、公司概况

二、产销状况

三、营销服务

第八节 沈阳华晨金杯汽车有限公司

一、公司概况

二、经营状况

第九节 跃进汽车集团

- 一、集团概况
- 二、产销状况
- 三、营销服务状况

第十节 江铃汽车（集团）有限公司

- 一、集团概况
- 二、经营状况

第十一节 庆铃汽车（集团）有限公司

- 一、集团概况
- 二、经营状况

第十二节 吉利汽车集团

- 一、集团概况
- 二、近期经营状况

第十二章 汽车行业发展趋势分析

第一节 中国汽车行业发展分析（SWOT 分析）

- 一、我国汽车行业的优势（Strength）
- 二、我国汽车行业的劣势（Weakness）
- 三、我国汽车行业的机会（Opportunity）
- 四、中国汽车行业的威胁（Theart）

第二节 WTO 对中国汽车业的影响

第三节 影响汽车行业发展的主要因素分析

- 一、政治要素：汽车行业健康发展的保障
- 二、经济要素：汽车工业腾飞的基础
- 三、技术因素：汽车工业繁荣的先决条件
- 四、社会因素：创造汽车消费市场

第四节 2005 国汽车市场发展趋势

- 一、仍将保持较快增长
- 二、增速可能回落到 20%左右

三、近 50 种新车型上市，总体车价走低不可避免

四、汽车利润率将下降，内资企业面临挑战

五、新的汽车政策将陆续出台

第五节 企业竞争手段的扩展

一、营销手段和营销渠道的拓展

二、汽车售后服务的不断完善

第六节 汽车产品“三包”及“汽车召回”制度

第七节 环保、节能对汽车工业发展的要求

一、电喷汽车，市场主角

二、柴油轿车，呼之欲出

三、代用燃料，前景看好

四、电动汽车，并不遥远

第八节 汽车产业发展的新技术

一、生产技术研发方面

二、新产品、新技术的研究

三、汽车电子产品

第九节 中国汽车售后市场的发展方向

一、汽车售后市场的概念与规模

二、入世后中国汽车售后市场的发展方向

三、汽车售后市场的品牌运作

第十节 我国汽车金融服务

一、我国汽车金融服务市场现状

二、《汽车金融公司》管理办法出台

三、个人信用缺失，车贷险业务遭遇危机

四、防范汽销保证险风险的对策

图表目录：

图表 1：1997-2004 年世界汽车产销量情况

- 图表 2 : 1997-2004 年世界汽车产销率情况
- 图表 3 : 2004 年汽车生产大国排序
- 图表 4 : 2004 年全球汽车公司销量排名
- 图表 5 : 欧洲 2004 年新车销售排行榜
- 图表 6 : 欧洲 2004 年新车销售排行榜
- 图表 7 : 2004 的德国新车上牌量变化情况
- 图表 8 : 2004 年德国新车上牌排名前十位 (按车型)
- 图表 9 : 德国市场 2004 年汽车销量排行榜
- 图表 10 : 美国 2004 年新车销售排行
- 图表 11 : 日本五大汽车制造商 2004 年产出、销售、出口数据
- 图表 12 : 中国轿车生产企业产品技术来源一揽
- 图表 13 : 2004 年大众集团市场销量分布
- 图表 14 : 顶级汽车零部件制造商
- 图表 15 : 2004 年国内零部件生产企业主要经济指标构成表
- 图表 16 : 2004 年汽车发动机生产企业情况表
- 图表 17 : 2004 年发动机 (按柴汽油分类) 商品量情况表
- 图表 18 : 2004 年国内汽车产量表
- 图表 19 : 2004 年汽车总产量增长幅度
- 图表 20 : 2004 年汽车分车型产销情况
- 图表 21 : 2004 三大车型销量所占比重变化趋势
- 图表 22 : 2004 年汽车工业主要企业生产情况表
- 图表 23 : 2004 年全国汽车产量地区构成
- 图表 24 : 2004 年汽车产量分地区比重构成图
- 图表 25 : 2004 年汽车产销量表
- 图表 26 : 近几年整车产品进口情况
- 图表 27 : 近年来整车进口变化图
- 图表 28 : 近几年汽车零部件进口情况表
- 图表 29 : 近年来整车出口情况表

- 图表 30 : 2004 年中国出口整车单价变化情况表
- 图表 31 : 2004 年来零部件出口金额变化情况表
- 图表 32 : 2004 全国汽车商品进口情况汇总表
- 图表 33 : 2004 汽车商品进口结构构成 (金额)
- 图表 34 : 2004 我国汽车商品进口来源前 20 个国家
- 图表 35 : 2004 汽车商品进口分国家构成
- 图表 36 : 2004 全国商品汽车出口情况汇总表
- 图表 37 : 2004 全国汽车商品出口金额分类别构成
- 图表 38 : 2004 我国汽车商品出口前 20 个国家 (地区)
- 图表 39 : 2004 汽车商品出口分国家构成
- 图表 40 : 全球轿车平均成本构成
- 图表 41 : 轿车成本构成比例
- 图表 42 : 2004 年汽车工业主要经济指标
- 图表 43 : 2004 年汽车工业综合评价指标
- 图表 44 : 我国主要汽车厂家营销模式比较
- 图表 45 : 2004 年北京市场汽车新、旧车销售比例
- 图表 46 : 北京地区 2004 年旧车交易量
- 图表 47 : 2004 年底北京市民用车辆拥有量
- 图表 48 : 2004 北京市汽车制造业主要经济指标
- 图表 49 : 2004 北京亚运村汽车交易市场车辆交易情况
- 图表 50 : 近几年北亚车市销售情况
- 图表 51 : 2004 年上海市汽车分季度销售情况
- 图表 52 : 2004 年底上海市汽车保有量私人用车比例
- 图表 53 : 2004 上海市汽车制造业主要经济指标
- 图表 54 : 2004 广东省汽车制造业主要经济指标
- 图表 55 : 2004 四川省汽车制造业主要经济指标
- 图表 56 : 2004 上半年成都西部汽车城汽车销量前 10 名
- 图表 57 : 2004 年轿车产销量

- 图表 58 : 2004 年轿车产销增长幅度
- 图表 60 : 2004 年各月份轿车产销表
- 图表 61 : 2004 轿车制造企业产销量表
- 图表 62 : 2004 轿车分地区产量
- 图表 63 : 2004 轿车市场构成
- 图表 64 : 2004 中高级轿车按品牌分销量情况
- 图表 65 : 2004 中级轿车按品牌分销量
- 图表 66 : 2004 国产中档车“老三样”市场销售同比表
- 图表 67 : 2004 年 1.0 - 1.6L 的普通级轿车按品牌分销量
- 图表 68 : 2004 年 1.0L 或 8 万元以下的微型轿车按品牌分销量
- 图表 69 : 2004 年我国轿车进口数量增长情况表
- 图表 70 : 2004 年我国轿车进口金额增长情况表
- 图表 71 : 2004 年轿车各车型进口情况表
- 图表 72 : 2004 年进口汽油轿车各车型数量比重变化情况
- 图表 73 : 2004 年进口汽油轿车各车型金额比重变化情况
- 图表 74 : 2004 轿车进口情况
- 图表 75 : 2004 进口汽油轿车分车型比重情况
- 图表 76 : 2004 轿车进口分国别情况
- 图表 77 : 2004 进口汽油轿车 (1500ml<排量 2500ml) 分国别比重
- 图表 78 : 2004 进口汽油轿车 (2500ml<排量 3000ml) 分国别比重
- 图表 79 : 2004 年我国轿车出口情况表
- 图表 80 : 2004 年我国出口轿车增长趋势图
- 图表 81 : 2004 年我国轿车出口单价变化图
- 图表 82 : 2004 轿车出口情况汇总表
- 图表 83 : 2004 年汽油轿车出口 (按排量) 构成情况
- 图表 84 : 2004 年客车各车型产量表
- 图表 85 : 2004 年客车各车型产量比重变化趋势
- 图表 86 : 2004 年客车分地区产量

- 图表 87 : 2004 客车产量分地区构成比重
- 图表 88 : 2004 客车产品销售流向分区域构成
- 图表 89 : 2004 年大型客车逐月生产走势图
- 图表 90 : 2004 年大型客车逐月销量走势
- 图表 91 : 2004 年大型客车生产企业产销情况表
- 图表 92 : 2004 年中型客车产量逐月走势
- 图表 93 : 2004 年 中型客车销量逐年走势
- 图表 94 : 2004 年中型客车生产企业产销情况表
- 图表 95 : 2004 年 轻型客车产量逐月走势
- 图表 96 : 2004 年轻型客车逐月销售走势
- 图表 97 : 2004 年轻型客车生产企业产销情况表
- 图表 98 : 2004 年微型客车逐月产量走势
- 图表 99 : 2004 年微型客车销量逐月走势
- 图表 100 : 2004 年微型客车生产企业产销情况表
- 图表 101 : 2004 年我国客车进口数量增长情况表
- 图表 102 : 2004 年我国客车进口金额增长情况表
- 图表 103 : 2004 年客车各车型进口情况表
- 图表 104 : 2004 年进口客车各车型数量比重变化情况
- 图表 105 : 2004 年进口客车各车型金额比重变化情况
- 图表 106 : 2004 年客车进口情况
- 图表 107 : 2004 年客车进口结构构成 (分车型)
- 图表 108 : 2004 年小型客车进口情况
- 图表 109 : 2004 年进口汽油小客车按排量分类
- 图表 110 : 2004 年小型客车进口分国别情况
- 图表 111 : 2004 年日本客车在汽油小客车进口各类型中所占比例 (按排量)
- 图表 112 : 2004 年我国客车出口情况表
- 图表 113 : 2004 年我国出口客车数量增长趋势图
- 图表 114 : 2004 年我国出口客车金额增长趋势图

图表 115 : 2004 年客车出口情况

图表 116 : 2004 年客车出口各车型数量比重变化情况

图表 117 : 2004 年出口客车各车型金额比重变化情况

图表 118 : 2004 年客车出口分车型构成情况

图表 119 : 2004 年我国客车出口单价变化情况

图表 120 : 2004 年载货车产量及增幅

图表 121 : 2004 年载货车各车型产销增长情况

图表 122 : 2004 年载货车各车型产量增长变化趋势

图表 123 : 2004 年载货车各车型销量增长变化趋势

图表 124 : 2004 载货车按发动机分产销情况

图表 125 : 2004 年柴油载货车产销情况

图表 126 : 2004 年我国柴油载货车在载货车中的产销份额变化

图表 127 : 2004 年各车型载货车生产情况

图表 128 : 2004 年载货车各车型生产比重变化情况

图表 129 : 我国载货车分地区生产情况

图表 130 : 2004 年载货车生产各地区贡献情况

图表 131 : 2004 年重型载货车产量及增长幅度

图表 132 : 2004 年国内重型载货车企业产销情况

图表 133 : 2004 年中型载货车产量及增长幅度

2005 年中国汽车行业投资与发展分析报告（节选）

本报告节选的部分内容供我们尊敬的客户阅览和参考，如需报告全文请致电（智库在线 010-58626531）咨询详情。智库在线将会为您提供更多的行业咨询服务。

本报告为原著者制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过原著者书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

第三章 2004 年汽车细分市场分析

第二节 2004 客车市场分析

（二）2004 年客车出口情况

2004 年我国客车出口情况统计

单位：辆

车型	数量	金额
柴油车	3886	67056618
非柴油车	896	13639423
机坪客车	2	330000
合计	4784	81026041

2004 年我国柴油客车出口情况统计

单位：辆

车型	数量	金额
座位 30	897	34261196
20 座位 < 30	1827	21354193
10 座位 < 20	1162	11441229
合计	3886	67056618

2004 年我国非柴油客车出口情况统计

单位：辆

车型	数量	金额
座位 30	261	6073287
20 座位 < 30	40	587089
0 座位 < 20	595	6979047
合计	896	13639423

第四章 汽车市场需求分析

第四节 市场需求预测

五、轿车市场需求分析

(一) 中国轿车消费现状分析

(二) 2005-2007 中国轿车保有量预测

1、2005-2007年中国轿车保有量预测

表：2005-2007 年中国轿车保有量预测

年度	2005	2006	2007	2004-2007 年增长 (%)	2004-2007 年 CAGR (%)
保有量 (辆)	12458195	16084503	21045384	172.14	28.44
增长 (%)	27.44	29.11	30.84		

2、2005-2007年中国轿车保有量占比预测

表：2004-2007 年中国轿车保有量占比预测

年度	2005	2006	2007
在客车保有量中的占比 (%)	56.92	58.04	59.34
在汽车保有量中的占比 (%)	37.65	40.17	42.73

3、2005-2007年中国轿车人均保有量预测

表：2005-2007 年中国轿车人均保有量预测

年度	2004	2005	2006	2007	2004-2007 年增长 (%)
保有量 (辆/千人)	7.45	9.42	12.07	15.67	163.80
增长 (%)	25.42	26.44	28.13	29.83	

4、2005-2007年中国私人轿车保有量预测

表：2005-2007 年中国私人轿车保有量预测

年度	2005	2006	2007	2004-2007 年增长(%)	2004-2007 年 CAGR(%)
保有量(辆)	4235786	5790421	8418154	303.16	41.70
增长(%)	44.43	36.70	45.38		

5、2005-2007年中国私人轿车保有量占比预测

表：2005-2007年中国私人轿车保有量占比预测

年度	2005	2006	2007
在轿车保有量中的占比(%)	34.00	36.00	40.00
在私人客车保有量中的占比(%)	30.66	32.73	37.05
在客车保有量中的占比(%)	19.35	20.89	23.74
在私人汽车保有量中的占比(%)	22.31	24.61	28.80
在汽车保有量中的占比(%)	12.80	14.46	17.09

6、2005-2007年中国私人轿车人均保有量预测

表：2005-2007年中国私人轿车人均保有量预测

年度	2005	2006	2007	2004-2007 年增长(%)
保有量(辆/千人)	3.20	4.34	6.27	291.88
增长(%)	42.86	35.63	44.47	

智库在线

智库在线 (www.zikoo.com) 秉承“**智通库汇**”理念，做好企业“外脑”，我们将依托新互联网平台，不断集成有线和无线信息技术，为企业和从事数据收集和策略分析的咨询和顾问公司，为领导者的经营决策提供市场咨询、深度分析、专家“博客”和基于市场研究行业的信息技术策略和解决方案。

● 栏目

分析报告 趋势方向 - 消费数据 - 产业预警 - 产业观察 - 市场资讯 - 管调营渠

● 使命

智库在线旨在通过全面、及时的市行业研究场报告，帮助企业、机构和组织把握市场动态，为决策和决策参与者提供实效决策支持。

● 服务承诺

智库在线严格遵守智库在线制定的信息服务《规范承诺》；

智库在线力求保证产品的客观、公正、中立；

智库在线在发展过程中不断得到客户和业内同仁的指导和帮助，公司的管理团队再次表示衷心感谢！欢迎客户和业内人士反馈意见和建议，同时希望业内专家和行业主管批评指正，我们为此将不胜感激！

● 联系方式

地址：北京市朝阳区朝阳北路 107 号珠江罗马嘉园阿波罗 29 座 201#

服务热线：010-58626531 58626532

绿色通道：13371712227

VIP MSN：zikoo@zikoo.com

邮编：100025

<http://www.zikoo.com>